

Declaración sobre buscadores de Internet

Agencia Española de Protección de Datos

1 de Diciembre de 2007



1. Importancia de los buscadores en la sociedad de la información.

El avance tecnológico ha planteado nuevas posibilidades de crear y acceder a la información en Internet, situación que obliga a considerar las repercusiones de la tecnología, que, en principio, es neutral, sobre los derechos de las personas.

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ha tomado la iniciativa de analizar las políticas de privacidad de las mayores compañías mundiales prestadoras de servicios de búsqueda en Internet. Para ello requirió información de Google, Microsoft y Yahoo!, información que se ha completado con reuniones con los responsables mundiales de privacidad de estas corporaciones en Europa y Estados Unidos.

Es necesario resaltar la enorme importancia, por el volumen de los datos que se tratan y por las características de estos tratamientos, de los servicios de búsqueda en Internet (en adelante, los buscadores), cuya principal función se centra en ofrecer índices de resultados relativos a una búsqueda, como direcciones y archivos almacenados en servidores web, a través de la introducción de palabras clave, ordenando así toda la información disponible en Internet y haciéndola más accesible. Además, los buscadores suelen ofrecer servicios personalizados, permitiendo darse de alta en los mismos mediante una dirección de correo electrónico y una contraseña ¹.

En España, la sensibilidad por estas cuestiones se ha hecho patente en la reciente comparecencia del Director de la AEPD ante la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados, celebrada el 28 de noviembre de 2007, en la que se anticiparon algunas conclusiones sobre la prestación de los servicios de búsqueda.

En ella el Director de la AEPD señaló que el desarrollo de los buscadores, así como el de otras tecnologías, “pone hoy en jaque los criterios tradicionales de garantía de la privacidad y exige una actualización y adaptación urgente”².

El reconocimiento de nuevos derechos que garanticen a los ciudadanos el acceso, uso y ventajas de la tecnología ha pasado a formar parte de la agenda política y social de este momento.

Pero junto a ello cada vez se demanda con mayor intensidad el necesario equilibrio dirigido a ofrecer garantías frente a los nuevos riesgos que aventuran servicios de Internet como los motores de búsqueda o el correo electrónico.

¹ La AEPD ha considerado en diversos informes la dirección IP como dato de carácter personal.

² Intervención de Artemi Rallo, Director de la AEPD, en su comparecencia ante la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados el 28 de noviembre de 2007.



Y también hay una conciencia cada vez más generalizada sobre la necesidad de establecer estándares internacionales que definan reglas consensuadas de garantía de la privacidad para Internet, tarea en la que la AEPD se siente comprometida.

En efecto, los buscadores de Internet tratan datos personales bien facilitados por el propio usuario o derivados del uso del servicio, así como los que se obtienen del tratamiento y publicación de información personal indexada desde otras páginas web en su función de buscador.

El éxito de los buscadores gratuitos depende de la capacidad del prestador del servicio para facilitar a los usuarios los resultados de búsqueda más relevantes. De ahí que tenga una gran importancia la ordenación de las webs que aparecen asociadas a la búsqueda y la vinculación a ellas de mensajes publicitarios patrocinados, que suele ser el modelo de negocio de estas empresas.

Son servicios de la sociedad de la información sujetos no sólo a las garantías de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos (LOPD), sino también de la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI), que engloba en este concepto *“la provisión de instrumentos de búsqueda o de enlaces a otros sitios de Internet”*.

2. Datos personales que tratan los buscadores

Para la prestación de estos servicios de búsqueda se trata un abanico relevante de datos personales (direcciones IP, logs, datos aportados por los propios usuarios...). Además, pueden efectuarse perfiles de hábitos de los usuarios y la información se conserva por las empresas durante amplios períodos de tiempo.

Dentro de estos servicios es posible distinguir entre el tratamiento de datos de los usuarios y el tratamiento de datos de terceras personas accesibles a través de buscadores.

En cuanto al tratamiento de datos de los usuarios, el más importante es el tratamiento de los denominados *“server logs”*, que pueden definirse como unos ficheros que contienen información del usuario tales como los parámetros de búsqueda, la dirección IP asignada al ordenador del usuario, la fecha y la hora de la búsqueda y el identificador de la *cookie*, así como las preferencias del usuario, las características del navegador, el resultado de la búsqueda, la publicidad que se ha mostrado al resultado de una búsqueda específica y los *clicks* del usuario.



También se tratan los datos almacenados en *cookies*, que en ocasiones se instalan por el buscador y se guardan en el ordenador de los usuarios. Aunque el contenido de estas *cookies* puede variar, suele contener información sobre el sistema operativo del usuario, navegador e identificación del mismo. Estas *cookies* se utilizan para mejorar la calidad de los servicios a través de las tendencias y preferencias de los usuarios. Es necesario matizar que el usuario puede configurar su navegador para que no acepte las *cookies*. Además, es necesario señalar que el periodo de vigencia de las *cookies* puede durar hasta 30 años.

En lo que se refiere al tratamiento de terceras personas obtenidas en Internet, merece especial atención datos de la información guardada en la caché. En ocasiones es posible acceder al contenido textual de una página aun cuando ésta ya no está accesible en Internet, dado que, aun habiéndose eliminado un cierto contenido de la misma, no siempre se elimina de forma automática de la caché.

3. Otros servicios a disposición de los usuarios

En ocasiones, los buscadores requieren a sus usuarios registrarse para disfrutar, además de servicios de búsqueda, de otros como el de correo electrónico, páginas personales, el historial de búsquedas y otros servicios de la denominada *Web 2.0* (por ejemplo, los *blogs*). De este modo, podría haber un registro de las actividades que el usuario lleva a cabo en la red permitiendo hacer perfiles de éste y utilizarlos por la empresa, pudiendo suceder que el usuario no fuera consciente ni estuviera suficientemente informado de esta circunstancia.

Por último, es posible que los buscadores de Internet utilicen servicios de terceros para recoger información personal sobre usuarios, tal como información proporcionada por empresas afiliadas.

Entre los servicios personalizados, es importante mencionar el servicio de correo electrónico. Los sistemas de correo electrónico que utilizan páginas web como interfaz se conocen como "correo web" (por ejemplo, Yahoo! Mail, Hotmail, Gmail, etc.). Se puede acceder al correo web desde cualquier lugar y el usuario no necesita conectarse a un determinado proveedor de servicios de Internet, como cuando utiliza una cuenta normal de correo electrónico. Este suele ser gratuito, pero para obtener su cuenta a menudo los usuarios tienen que comunicar al proveedor datos personales. El correo web utiliza el protocolo HTTP, en lugar del POP y SMTP, para recibir y enviar el correo electrónico. De hecho, los mensajes se muestran en una página HTML clásica.

Esta característica permite al proveedor de servicios de correo incorporar anuncios personalizados en la página HTML en la que éste se presenta



(gráficamente, fuera del propio mensaje). El correo web depende en gran medida de patrocinadores y visualiza gran cantidad de publicidad.

Además, dado que los sistemas de correo web se basan en el protocolo HTTP, pueden ser vulnerables a los denominados "*Web bugs*", pudiendo descubrir la identidad de correo electrónico de una persona mediante *cookies* y etiquetas HTML incrustadas.

Otro de los problemas que plantea el correo electrónico es la filtración o escaneo de los contenidos del mismo. Normalmente, esta filtración se realiza con el fin de prevenir virus, correo no deseado (spam), detectar contenidos concretos o indexar publicidad relacionada.

4. Legitimación para usar y conservar datos personales de los usuarios y de terceros.

4.1 Las finalidades alegadas por los prestadores de servicios.

De la información facilitada por los servicios de búsqueda las principales finalidades asociadas a la obtención, uso y conservación de datos personales alegadas por aquéllos son las siguientes:

A) Permitir la prestación del servicio de búsqueda y mejorarlo a la vista de la experiencia de los usuarios.

El éxito de los servicios depende de la capacidad de facilitar a los usuarios los resultados de búsqueda más relevantes incorporando cada vez más fuentes de información y datos de distinta naturaleza (como, por ejemplo, imágenes).

A tal efecto, una de las circunstancias más relevantes que afectan a la experiencia del usuario es la estacionalidad de sus hábitos lo que condiciona un tratamiento de la información por un periodo mínimo de un año más un mes de análisis de información.

B) Garantizar la seguridad del servicio.

Los servicios de búsqueda están expuestos a ataques informáticos que pueden afectar tanto al prestador del servicio como a los usuarios.

Entre ellos cabe citar los ataques masivos dirigidos a provocar una sobrecarga de los sistemas y el empleo de "códigos maliciosos" (*malicious code*).

El incremento de los niveles de sofisticación e innovación de estos ataques exige disponer de medios y tiempo adecuados para hacerles frente.

C) Detección de otras actividades fraudulentas.



También es posible que terceras personas intenten, de manera fraudulenta, alterar el orden de los resultados de las búsquedas para aumentar los gastos de sus competidores o los pagos de los anunciantes aumentando el número de accesos a su sitio web a través del anuncio o resultado patrocinado.

El bloqueo de estas actividades fraudulentas está, asimismo, vinculado a la estacionalidad que permite descubrir tendencias temporales de estas conductas.

D) Conservación de la información a disposición de las autoridades competentes.

La información obtenida por los prestadores de servicios de búsqueda puede ser reclamada por las autoridades con el fin de poder investigar actividades ilegales, conforme a las competencias que tienen atribuidas.

Para poder atender estos posibles requerimientos los prestadores de servicios entienden que está justificada la conservación de los datos que utilizan.

E) Procesos financieros y de auditoría.

Los servicios de búsqueda se financian, en buena medida, con la publicidad asociada.

Para poder cumplir adecuadamente sus obligaciones y desarrollar los procesos financieros y de auditoría deben conservarse los datos necesarios durante períodos que no pueden ser inferiores a 13 meses.

4.2 El fundamento legal para el uso de los datos

Conforme se ha descrito anteriormente, los buscadores tratan información que, según la LOPD tienen la consideración de datos personales y, además, son servicios regulados en la LSSI.

En consecuencia, tales tratamientos de información deben cumplir con el sistema de garantías que ambas normas establecen en beneficio de los ciudadanos y de los destinatarios de servicios de la Sociedad de la Información.

La anterior observación obliga, en primer lugar, a analizar la legitimación, es decir, el fundamento jurídico que justifica el tratamiento de datos por los buscadores en Internet.

En este sentido, debe tenerse en cuenta que el acceso y uso de los servicios de búsqueda se realiza, como regla general, de forma voluntaria y gratuita.

La eficacia que confían en obtener los usuarios de estos servicios unido al hecho de que la decisión de utilizarlos es voluntaria permiten considerar que, inicialmente, el tratamiento de datos de los usuarios se encuentra amparado en la relación jurídica, entendida en sentido amplio, que se establece entre aquéllos y el prestador del servicio. Relación jurídica que legitimaría el tratamiento de datos personales a amparo del art. 6.2 de la LOPD.

Adicionalmente, en los casos en los que los usuarios de los servicios optan voluntariamente por registrarse como usuarios de servicios personalizados, la legitimación por el tratamiento de sus datos encontraría un fundamento específico basado en el consentimiento de los usuarios registrados.

De lo expuesto debe concluirse que la legitimación para el tratamiento de datos de los usuarios afecta a las finalidades relacionadas directamente con el servicio de búsqueda, como son la prestación y mejora del mismo, la seguridad, la detección de fraudes y la facturación. Si bien, la utilización de los datos personales que se lleve a cabo debe ser proporcionada, en cada caso, a la finalidad que la justifica.

Por el contrario, la justificación basada en la conservación de la información a disposición de las autoridades competentes, exige algunas precisiones. En efecto nada puede objetarse a que una autoridad competente requiera al prestador una información que resulte necesaria para cumplir las exigencias legales propias de un Estado de derecho.

Pero esto no significa que el prestador esté legitimado para conservar los datos durante amplios períodos temporales, más allá de lo necesario para prestar el servicio, por si en el futuro dicha información pudiera ser requerida por autoridades competentes.

En España estas obligaciones de retención y conservación de los datos con fines de investigación se encuentra basada en leyes específicas (en particular la Ley 25/2007, de 18 de octubre, de conservación de datos relativos a las comunicaciones electrónicas y a las redes públicas de comunicación), sin que los prestadores de servicios de búsqueda –como servicios de la sociedad de la información- se encuentren entre los sujetos obligados por dicha regulación. Por ello este fundamento alegado para la conservación de datos debe ser rechazado.

4.3 La legitimación para tratar datos de terceros

Asimismo, los motores de búsqueda permiten obtener información de terceras personas que no tienen por qué ser usuarios voluntarios de sus servicios.



Esta situación se produce en aquellos casos en que la información sobre dichas personas está disponible en sitios web posibilitando que los motores de búsqueda la capten y faciliten su acceso a través de la indexación que realizan como componente de sus servicios.

En estos casos, la legitimación para la difusión de la información personal en Internet, debe ser exigible, en primer lugar, a quienes le hacen accesible en la Red.

La licitud o no de esta difusión de la información puede fundarse en circunstancias muy diversas, por ejemplo, el ejercicio de los derechos fundamentales vinculados a la libertad de información; el cumplimiento de obligaciones legales que exigen la difusión, inclusive por medios electrónicos de la misma, el consentimiento inequívoco de los afectados y otras.

En la medida que los buscadores en Internet se limitan a indexar esta información, la legitimación para su tratamiento sería responsabilidad, en origen, de quienes permiten el acceso a la misma.

Si bien no pueden olvidarse dos circunstancias:

- Que los buscadores en Internet llevan a cabo un tratamiento de la información propio y diferenciado de los “sitios web”, cuyo acceso facilitan.
- Que la legitimación para el tratamiento de datos personales de quienes hacen accesible la información personal no se extrapola, en todos los casos, a los servicios de búsqueda que facilitan el acceso a ella.

En el caso de los buscadores de Internet la legitimación propia de quienes prestan este servicio puede encontrarse inicialmente en la LSSI.

Como se desprende de su Exposición de Motivos esta norma pretende establecer un marco jurídico adecuado que genere en todos los actores intervinientes en Internet “la confianza necesaria para el empleo de este nuevo medio”.

La provisión de instrumentos de búsqueda, acceso y recopilación de datos o de enlaces a otros sitios de Internet se califica en la LSSI como un servicio de intermediación. La Ley reconoce un interés legítimo en orden a la prestación del servicio excluyendo inicialmente su responsabilidad por la información a la que dirijan a los destinatarios de sus servicios. Si bien, les impone un deber de colaboración “para impedir que determinados servicios o contenidos ilícitos se sigan divulgando”, como puede suceder cuando se lesionan los derechos que la LOPD reconoce.



5. Una información real y efectiva a los usuarios.

El tratamiento de datos personales no sólo exige un fundamento que lo legitime, sino que está rodeado de un conjunto de garantías adicionales que complementan su utilización lícita.

Conforme a la LOPD, el tratamiento legítimo de los datos personales por los buscadores e Internet está sujeto a una condición previa tanto si se basan en la existencia de una relación jurídica, como si lo hacen en el consentimiento de quienes se registran voluntariamente para utilizar estos servicios: Que las personas cuyos datos se tratan estén informadas de qué datos se van a utilizar, por quién, con qué finalidad y a quiénes se pueden ceder sus datos.

Y en el caso, habitual en la prestación de estos servicios, de que se utilicen dispositivos instalados en los ordenadores de los usuarios que permiten obtener información sobre cómo los utilizan, la LSSI requiere que conozcan esta circunstancia y, si lo desean (aún a riesgo de obtener menores prestaciones en el uso de los servicios de búsqueda), puedan desactivarlos de una forma sencilla y gratuita.

Esta exigencia de información tiene una importancia trascendental en el uso de los servicios de búsqueda en Internet, entre otras, por las siguientes razones:

- En primer lugar, porque la eficacia de los servicios de búsqueda es tan elevada que el usuario, ignorante en buena medida de los tratamientos de datos personales que implica, tienden a minusvalorarlos.
- En segundo lugar, porque, aunque los servicios de búsqueda disponen de detalladas políticas de privacidad sobre la utilización de los datos personales de los usuarios, más bien podrían ser consideradas como virtuales o ficticias.

Esta ineficacia se debe a distintas circunstancias: Por una parte, porque los prestadores de servicios de búsqueda no destacan suficientemente en sus “páginas de inicio”, sus propias políticas de privacidad. Ni siquiera, destacan en las páginas de inicio, ni en la información accesible a través de un icono (hipervínculo) las consecuencias más relevantes sobre el uso de datos personales, en particular, sobre la posibilidad y consecuencias de desactivar los dispositivos instalados en sus ordenadores a través de los que se obtiene información.

Por otra, porque la información de las políticas de privacidad es tan compleja e ininteligible que el usuario, aún intuyendo posibles riesgos en el uso de sus datos, difícilmente obtiene conclusiones sobre aquellos al acceder a ella.



Algunos prestadores de estos servicios argumentan, como excusa para resolver estos déficits de información, que dificultaría la accesibilidad a las páginas de inicio de la búsqueda y “oscurecería” la prestación del servicio.

Otros buscadores en Internet destacan con mayor nitidez el acceso a sus políticas de privacidad aún a riesgo de que puedan disminuir la eficacia del desarrollo de su negocio.

Las circunstancias que se han descrito permiten concluir que los usuarios de los servicios de búsqueda no disponen de una forma clara y accesible de las consecuencias que su utilización tendrá respecto de sus datos personales.

Esta conclusión es particularmente relevante en lo que respecta a la finalidad para la que se utilizará la información, al uso de dispositivos instalados en sus ordenadores y a la posible elaboración de perfiles sobre sus hábitos a partir de las consultas que realizan.

De esta conclusión pueden desprenderse varias consecuencias: Que la legitimación para el tratamiento de datos personales que realizan los buscadores en Internet puede ser cuestionada por los déficits de información que se han expuesto; que, por ello, es urgente analizar nuevos mecanismos informativos que permitan a los usuarios conocer efectivamente el uso de sus datos personales y que es preciso aproximar las diversas políticas de privacidad de los buscadores para que, permitiendo la prestación de los servicios de búsqueda, minimicen las consecuencias para la privacidad de los usuarios.

6. Limitar la conservación de datos personales y anonimizarlos.

Anteriormente se han descrito las finalidades que justifican el tratamiento de datos por los prestadores de servicios de búsqueda; finalidades que pueden legitimar, también, la conservación de la información.

Sin embargo, esta legitimación debe modularse pues una vez que la información deja de ser necesaria para aquellas finalidades, habrá de ser cancelada. Del mismo modo, a partir del momento en que los fines que justifican el uso de los datos pueden conseguirse sin identificar a un usuario específico, deberá procederse a hacerlos anónimos de forma que la información que se conserve no pueda vincularse a usuarios concretos.

La anonimización de los datos debe ser irreversible en orden a evitar que en un momento posterior se restablezca aquel vínculo (en este sentido sería admisible la eliminación parcial de la dirección IP, mientras que la sustitución de la misma y de la *cookie* por un identificador único no garantizaría aquel resultado).



Por otra parte, las apreciaciones de los prestadores de servicios de búsqueda no son coincidentes a la hora de fijar el plazo en el que los datos debe conservarse para atender aquellas finalidades oscilando entre 13 y 18 meses.

7. Garantizar los derechos a los usuarios y a terceros.

Aunque el tratamiento de los datos de los usuarios pueda estar legitimado por las necesidades inherentes a los servicios de búsqueda, ello no excluye que deban garantizarse, a solicitud de su titular, el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición que la LOPD les reconoce.

Sin embargo, en el ámbito de los servicios de búsqueda adquiere una relevancia especial la tutela de los derechos de aquellas personas a cuyos datos puede accederse como consecuencia de las búsquedas realizadas.

Estas personas pueden no ser usuarios del servicio de búsqueda y, pese a ello, sus datos pueden ser conocidos por cualquiera como consecuencia de la captura de información disponible en Internet que realizan los motores de búsqueda y de la indexación que ofrecen a los usuarios para facilitar un acceso selectivo a la misma.

Aunque la incorporación inicial de esta información personal a la red “pueda estar legitimada en origen, su mantenimiento universal y secular en Internet puede resultar desproporcionado”³.

Las personas deben disponer de instrumentos de reacción para evitar, por su propia iniciativa, ser objeto de exhibición global.

La LOPD ha venido a dotar a los ciudadanos de esos instrumentos de reacción, fundamentalmente a través de los derechos de cancelación de los datos y de oposición a su tratamiento, que tienen como objeto que éste no se lleve a cabo o se cese en el mismo.

Por su parte la LSSI califica los servicios de búsqueda como servicios de intermediación en los que el prestador del servicio no es, en principio, responsable de los contenidos informativos a los que facilita el acceso, si bien, debe eliminarlos o impedirlo a requerimiento de un órgano competente que cuestione su licitud.

De este modo, la LSSI ha reforzado las posibilidades de ejercicio de estos derechos permitiendo a la AEPD formular aquellos requerimientos.

³ Intervención de Artemi Rallo, Director de la AEPD, en su comparecencia ante la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados de 28 de noviembre de 2007.



En el caso de los servicios de búsqueda el ejercicio de estos derechos ofrece algunas peculiaridades.

En efecto, en la medida en que la actividad de los buscadores se centra, principalmente, en asociar los términos de la búsqueda a los sitios web en los que consta esta información, el ejercicio de los derechos de cancelación u oposición debería estar asociado a un ejercicio correlativo de tales derechos frente a los responsables de estos sitios web, que son quienes, en origen, permiten el acceso a la información personal.

De no ser así, si el buscador cancela los datos o impide su acceso, un posterior rastreo del motor de búsqueda volvería a permitir el acceso a la información.

Sin embargo, hay ocasiones en que el responsable del sitio web pueden estar obligado a mantener la información (p. ej. por exigencia legal), sin que esta obligación sea exigible al responsable del servicio de búsqueda.

En estos casos, el primero deberá mantener la información en Internet, mientras que el segundo puede no estar sujeto a una exigencia equivalente.

Es aquí cuando puede alcanzar su plena virtualidad derecho del ciudadano a oponerse al tratamiento si concurre un motivo legítimo y fundado referido a su concreta situación personal.

En efecto, el responsable del sitio web se puede ver impedido, en virtud de exigencia legal, a cesar en el tratamiento de los datos. Pero esta obligación puede no ser exigible al responsable del servicio de búsqueda, que deberá adoptar medidas no sólo para cesar en el tratamiento de la información, sino también, para impedir el acceso futuro a la misma a través de su servicio.

La AEPD ha ido delimitando a través de diversas resoluciones⁴ criterios para tutelar el derecho de cancelación respecto de la información disponible en Internet y, específicamente, la procedencia del derecho de oposición en servicios de búsqueda⁵.

8. El servicio de correo electrónico

Uno de los debates que se han llevado a cabo con los buscadores que prestan servicios de correo electrónico es el relativo a la filtración de sus contenidos. Según se ha podido constatar con las empresas con las que la AEPD se ha reunido, estas escanean los e-mails para las siguientes finalidades:

⁴ TD/00266/2007 y TD/00299/2007

⁵ TD/00463/2007



- **Para prevención de virus**, y de esta forma comprobar si los ficheros adjuntos contienen virus conocidos. La mayor parte de los proveedores incluyen este control antivirus con el objeto de proteger tanto sus sistemas como los de los usuarios.
- **Para filtrar correo basura (spam)**, que puede anular la capacidad de ofrecer un buen servicio.
- **Para detectar un contenido concreto**, como material ilegal y retirarlo.
- **Para incluir publicidad personalizada** dependiendo del contenido del mensaje. Algunas entidades filtran de manera automática el contenido del e-mail para ofrecer productos relacionados con el mismo y así financiar el servicio.

El Grupo de Trabajo del Artículo 29 (GT 29), del que forma parte la AEPD se ha pronunciado sobre este asunto en el Dictamen 2/2006 (WP 118) analizando los supuestos en los que los buscadores pueden escanear el contenido de los *e-mails* y estableciendo que únicamente se podrán filtrar las comunicaciones para prevención de virus y de *spam*, con el fin de adoptar las medidas técnicas y de gestión adecuadas para preservar la seguridad de sus servicios, según se establece en el artículo 4 de la Directiva 2002/58/CE de privacidad en las telecomunicaciones, que se transpone en el artículo 34 de la Ley 32/2003 General de Telecomunicaciones.

Aún así, los proveedores de servicios deben informar sobre sus prácticas de cribado de correo electrónico y ofrecer a sus abonados la posibilidad de decidir sobre el filtrado para evitar el spam.

Fuera de estos casos en los que los correos se escanean por motivos de seguridad del servicio, la Agencia Española de Protección de Datos no considera conforme con la legislación española la interceptación de contenidos.



CONCLUSIONES

1. Los buscadores de Internet son servicios de la sociedad de la información sujetos a las garantías de la Ley Orgánica de Protección de Datos, además de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

2. Los buscadores de Internet tratan y retienen grandes volúmenes de datos de los usuarios a los que ofrecen sus servicios.

3. El tratamiento de dicha información puede permitir registrar las actividades que el usuario lleva a cabo en la red posibilitando configurar perfiles de éste que pueden ser utilizados por la empresa sin que el usuario sea consciente ni esté suficientemente informado.

4. Existen diferencias significativas en las políticas de privacidad de los buscadores (en aspectos como los criterios de retención de datos personales y las políticas informativas), que es preciso aproximar y unificar hacia los extremos más garantistas para que se minimicen los riesgos para la privacidad de los usuarios.

5. La información incluida en las políticas de privacidad de los servicios de búsqueda sobre la utilización de los datos personales de los usuarios es ineficaz. Ésta no se destaca suficientemente, y plantea serias dudas que resulte comprensible para la generalidad de los usuarios de Internet.

6- Es urgente desarrollar nuevos mecanismos informativos, claros y suficientemente visibles que permitan a los usuarios conocer efectivamente el uso de sus datos personales cuando utilizan los servicios de los buscadores.

7- Es necesario limitar el uso y la conservación de datos personales. Una vez que la información deje de ser necesaria para las finalidades propias del servicio, habrá de ser cancelada.

Del mismo modo, a partir del momento en que los fines que justifican el uso de los datos pueden conseguirse sin identificar a un usuario específico, deberá procederse a hacerlos anónimos de forma que la información que se conserve no pueda vincularse a usuarios concretos.

8- Los servicios de búsqueda están obligados a respetar los derechos de cancelación y oposición de personas cuyos datos se indexan desde otras páginas web en su función de buscador.

Aunque la incorporación inicial de esta información personal a la red pueda estar legitimada en origen, su mantenimiento universal en Internet puede resultar desproporcionado.



9- Únicamente se podrán filtrar las comunicaciones para prevención de virus y de *spam*, para preservar la seguridad de los servicios. Fuera de estos casos, no se considera conforme con la legislación española la interceptación de los contenidos.

10- Es necesario establecer estándares internacionales que definan reglas consensuadas de garantía de la privacidad para Internet.